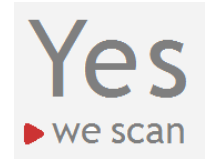


Persbericht

94% van bedrijfscommunicatie slaat bal mis

Mechelen, 23 februari 2016

Overtuigen Belgische bedrijven de lezers met hun brochures, webteksten of nieuwsbrieven? Het antwoord is: nee. Maar liefst 94% van de commerciële teksten valt door de mand. Dat blijkt uit een analyse van Egoscan.be.



U knapt af op 'ik'

Komt in een bedrijfstekst 'u' vaker voor dan 'ik' – zoals het hoort? www.Egoscan.be berekent het. Deze gratis onlinetest hield vijf jaar lang alle scores bij van de teksten die zijn anonieme gebruikers indienden. (De bronteksten zelf worden niét bewaard). Het resultaat onthutst: 94% van de commerciële teksten bevat meer eerste- dan tweedepersoonsvormen (Egoscore <1).

Wim Van Rompuy van Schrijf.be licht toe waarom dat een afknapper is: *"Schrijf ik vooral in de eerste persoon? Dan zet ik u als lezer buitenspel. Want al wat u wilt weten, is: what's in it for me, hoe word ik hier beter van? Als ik bewust voor 'u' kies, ga ik in dialoog met u. En benadruk ik niet de eigenschappen van mijn producten of diensten, wel hun voordelen voor u. Net daar slaan meer dan negen van de tien bedrijfsteksten de bal mis."*

Ook sollicitatiebrieven!

Webtekst of mailing, brochure of nieuwsbrief: elke verkooptekst die zakt voor de Egotest, moet worden herdacht. Dus ook sollicitatiebrieven.

Wim Van Rompuy: *"In een sollicitatiebrief staat u als lezer aan de andere kant van de barrière. Maakt de sollicitant u niet duidelijk hoe uw bedrijf concreet beter wordt van zijn aanwerving? Dan laat hij u koud. Anderzijds: gebruikt hij vaker 'u' dan 'ik'? Dan bekijkt hij zichzelf vanuit uw standpunt. Zo maakt hij u warm voor een sollicitatiegesprek."*

Schrijven vanuit de lezer in een oogopslag

Schrijf vanuit het oogpunt van uw lezer, orakelen schrijftrainers dus. Gemakkelijker gezegd dan gedaan? Nee: Egoscan.be duidt aan waar het fout gaat. Hij kleurt alle eerstepersoons-vormen groen (jij/je/jouw/uw/jullie), en alle tweede- rood (wij/we/ons/onze/me/mijn/m'n).

In kunnen en kruiken

Egoscan.be signaleert bovendien alle vormen van 'kunnen'. Want ook dat werkwoord ondermijnt uw overtuigingskracht. Van Rompuy: *"Kán ik als lezer iets doen? Dan kan ik het net zo goed ... niet doen. En als de schrijver al niet zeker van zijn stuk is?!"*

De Egoscan is een van de tien Schrijfdokter.be®-tests. Die peilen in enkele seconden of een commerciële tekst of bedrijfstekst goed zit – naar inhoud, stijl en vorm.

Over Schrijf.be copy & content

Schrijf.be is een team van copywriters en contentmanagers, geselecteerd op de kracht van hun pen en de daadkracht van hun projectfollow-up. Multinational, kmo of eenmanszaak? De dubbele interne kwaliteitscontrole garandeert iedere klant een krachtige tekst die doet doen.

Contact

+ 32 15 27 55 10 - info@Schrijf.be - www.Schrijf.be